

УДК 330.16

## АНАЛИЗ ОБРАЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Мухарлямова А.Ю., Холуева К.А.

*Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) Федеральный университет», Елабуга, Россия (423600, Елабуга, Казанская ул., д.89), e-mail: [aleksahka13@mail.ru](mailto:aleksahka13@mail.ru)*

---

**В статье дано определение предпринимательства с различных теоретических позиций, проанализированы качества и черты, необходимые для занятия предпринимательской деятельностью, выделяемые различными авторами; рассмотрена теория формирования образа предпринимателя, предложенная Шмельдерсом, в которой говорится о различиях в восприятии «обобщенного» и «удаленного» образов предпринимателя; рассмотрены качества, содействующие и препятствующие предпринимательской деятельности. Проведено исследование, направленное на изучение образа предпринимателя у молодых людей. Для реализации целей исследования использовалась анкета, разработанная Институтом комплексных стратегических исследований в 2009г. в рамках работы над проектом «Молодежь и малый бизнес: отношение к предпринимательству и создание условий для реализации предпринимательского потенциала». В ходе исследования выявлено отношение молодежи к предпринимательству, определены психологические характеристики, наделяемые успешному предпринимателю, рассмотреть факторы, помогающие заниматься предпринимательской деятельностью, обозначены проблемы на пути развития малого предпринимательства в нашей стране.**

---

Ключевые слова: предпринимательство, образ предпринимателя, факторы предпринимательской деятельности, отношение к предпринимательству.

## ANALYSIS OF THE IMAGE OF THE ENTREPRENEUR IN THE MODERN SOCIETY

Mukharlyamova A.U., Holuyeva K.A.

*Yelabuga institute (branch) of FGAOU VPO of "Kazan (Volga) Federal Universtiyet", Yelabuga, Russia (423600, Yelabuga, Kazanskaya St., 89), e-mail: [aleksahka13@mail.ru](mailto:aleksahka13@mail.ru)*

---

**In article business definition from various theoretical positions is given, qualities and the lines necessary for occupation by business activity, allocated by various authors are analysed; the theory of formation of an image of the businessman, offered Shmeldersom in which it is spoken about distinctions in perception of the "generalized" and "removed" images of the businessman is considered; the qualities promoting and interfering business activity are considered. The research directed on studying of an image of the businessman at young people is conducted. For realization of research objectives the questionnaire developed by Institute of complex strategic researches in 2009 within work on the project "Youth and small business was used: relation to business and creation of conditions for realization of enterprise potential". During research the relation of youth to business is revealed, the psychological characteristics, allocated to the successful businessman are defined, to consider the factors, helping to be engaged in business activity, problems on a way of development of small business in our country are designated.**

---

Keywords: business, image of the businessman, factors of business activity, relation to business.

## **Введение**

Предпринимательство – сравнительно новый феномен, заключающийся во взаимодействии экономических, политических и других сторон общества, связанный с созданием и поддержкой предприятия с целью получения прибыли.

Предпринимательство в настоящее время занимает важную нишу в экономике государства. Мало изучены индивидуально – психологические особенности предпринимателей. Недостаточная разработанность вопросов о психологических особенностях предпринимателей, разрозненность и многоплановость информации предопределяют направления в изучении данного вопроса.

Проблема изучения психологических особенностей предпринимателя является актуальной для настоящего времени. Какими личностными чертами обладает современный предприниматель? Какие качества ему необходимы для успешной деятельности? Естественным следует признать тот факт, что психологические характеристики предпринимателя будут отличаться, в зависимости от этнокультурной, экономической и демографической среды.

Изучение образа предпринимателя у молодых людей определит основные проблемы развития предпринимательства на современном этапе развития общества, выявит важнейшие условия для развития предпринимательства, в том числе среди молодежи.

Предпринимательство как психологический феномен можно рассматривать с различных аспектов:

- С позиции государственной политики: достаточный контроль над предпринимательской деятельностью с одной стороны – высокий уровень свободы и ответственности с другой. Предприниматель создает новые условия взаимодействия, новую систему отношений, развивает экономику государства, вместе с тем, требуя поддержки и регламентации со стороны органов власти.

- С позиции представления о предпринимателе в глазах общественного сознания. В разные исторические эпохи отношения к предпринимательству менялось. Отношения к предпринимательству зависят не только от исторической эпохи, но и от общественного сознания, от экономической и политической ситуации, в которой это предпринимательство развивается. В античные времена деятельность купцов и торговцев расценивалась в общественном сознании как недостойная и «греховная». Аристотель считал, что купцу не достает внутреннего умиротворения, необходимого для спокойной жизни.

Если в давние времена деятельность купцов вызывала негодование в связи с непривычностью этой деятельности, не характерностью для большинства людей того

времени, то сейчас одной из причин не доверия к предпринимателям становится скрытость их дел от глаз общественности.

Не маловажную роль в формировании образа предпринимателя играет и он сам. Наиболее популярной теорией об образе предпринимателя стала «дистанцированная гипотеза» Шмельдерса, в которой говорится о различиях в восприятии «обобщенного» и «удаленного» образов предпринимателя. Согласно теории Шмельдерса, чем больше расстояние между предпринимателем и работником (например, на крупных предприятиях, когда низовые уровни никак не взаимодействуют с управляющей верхушкой), тем более стереотипизированный и негативный образ будет наблюдаться у этого работника. Данная теория побудила многие крупные предприятия Германии к децентрализации управления, для более тесных контактов между работниками и управленцами.

В настоящее время существует множество теорий относительно психологических характеристик предпринимателя.

Одним из первых изучением психологических качеств предпринимателя начал заниматься В. Зомбарт. Он считал, что предприниматель должен обладать качествами:

- завоевателя (умением добиваться поставленных целей, упорством, волей и энергичностью);
- организатора (способностью воздействия на людей, управление ими, координирование и контроль действий работников);
- торговца (способность презентовать свой товар, привлекать потребителей, возбуждая интерес к продукции).

Й. Шумперт противопоставил рационалистическим взглядам В. Зомбарта точку зрения о важности интуитивного чувствования предпринимателя, тогда как способность к логическому мышлению он считал причиной неудач. Можно согласиться, что в отсутствии полной информации, в условиях неопределенности и ограниченности во времени интуиция играет не маловажную роль [1].

Б. Карлов важным качеством личности предпринимателя считал способность к творческой, изобретательской деятельности. Новаторство, введение креативных идей изменяет общественные взгляды, создает новые пути развития предприятия.

Р. Хизрич и М. Питерс особое значение придавали умениям, необходимым для эффективной деятельности предпринимателя. К числу наиболее важных навыков они отнесли: умения рационального оценивания, способность к креативному решению, умение оценивания ситуации отстаивания собственной позиции. Такого же мнения придерживались другие ученые (Дж. Долан, Е. Лидсей, Р. Макконизл, Л. Брю), считающие творческий талант основой инновационной деятельности [1].

Таким образом, не только врожденные качества будут влиять на предпринимательскую деятельность, но и опыт, полученные знания, умения и навыки, самосовершенствование и самообразование приведет предпринимателя к успеху.

Э. Берн говорил о двух ролях, которые формируют родители в ребенке. В роли «неудачника» человек постоянно ищет причины своих провалов во внешних обстоятельствах. «Победители» быстро осознают свои ошибки и не останавливаются на достигнутом. Время сделать выводы и двигаться дальше - вот основной девиз таких людей. Люди из любой категории могут заниматься предпринимательской деятельностью, однако «победители» чаще становятся успешными бизнесменами.

Российское предпринимательство имеет свои специфические и отличительные от западного черты.

Ю.Г. Жемчужникова рассматривает психологические особенности предпринимателей в соответствии со стадиями развития их дела. На начальном этапе организации, создания собственного бизнеса, наиболее важным качеством на её взгляд, является такое качество как смелость, которое помогает в поиске ресурса, средств для развития, а так же морально стимулирует к деятельности подчиненных. На стадии активного функционирования организации, руководитель сталкивается с проблемой расстановки кадров, распределении должностей, зачастую делая выбор между человеческими отношениями и эффективностью собственного дела. Поэтому, на наш взгляд, на этой стадии развития, важны такие качества предпринимателя как решительность, организованность и целеустремленность [2].

Ю.Г. Жемчужникова делит предпринимателей на три условных типа:

1) «Работающий владелец» - человек, ставящий главной ценностью своей жизни – работу. Такому типу присуще трудоголизм, владение обширными знаниями и навыками.

2) «Хозяин» - владелец фирмы, ставящий во главе свои собственные интересы. Этот человек может оставаться безучастным в руководстве компании, отдав управление менеджерам.

3) «Неопределившийся» - данный тип находится в промежуточном положении между «работающим владельцем» и «хозяином».

Российское предпринимательство ассоциируется с хорошим здоровьем, энергичностью и оптимистическими взглядами в будущее. Рассматривая интеллектуальные способности современного предпринимателя, можно охарактеризовать его как человека с развитым мышлением, компетентно владеющего информацией, обладающего продуктивным воображением и интуицией. Говоря о коммуникативных качествах можно выделить: организационные способности, способности к переговорам, в то же время умение отстаивать

свою позицию. Мотивационно-волевые качества проявляются в умеренной склонности к риску, развитом самоанализе, стремлении к саморазвитию и достижению цели.

Для изучения образа российского предпринимателя у молодых людей и отношения к предпринимательству, было проведено исследование на базе Елабужского Института Казанского Федерального (Приволжского) университета. Были поставлены следующие цели исследования:

1. Определить отношение (позитивное или негативное) современной молодежи к предпринимательской деятельности.
2. Выявить психологические характеристики, наделяемые успешному предпринимателю.
3. Рассмотреть факторы, помогающие заниматься предпринимательской деятельностью.
4. Оценить важность образования для занятия предпринимательской деятельностью.
5. Обозначить проблемы на пути развития малого предпринимательства в нашей стране.
6. Рассмотреть роль государства в развитие предпринимательства.

Для достижения поставленных целей была использована анкета, разработанная Институтом комплексных стратегических исследований в 2009г. в рамках работы над проектом «Молодежь и малый бизнес: отношение к предпринимательству и создание условий для реализации предпринимательского потенциала».

Выборка исследования составила 100 человек в возрасте от 18 до 23 лет. В выборку вошли юноши и девушки различных факультетов и специальностей.

По результатам опроса были получены следующие результаты.

Большинство испытуемых (81%) отметили свое положительное отношение к предпринимательской деятельности. Нейтрально к предпринимательству относятся 15% респондентов, и лишь 4% процента опрошенных высказали свое негативное отношение к предпринимателям. Так же было выявлено, что большинство молодых людей лично знакомы с предпринимателями, что подтверждает факт развитости предпринимательства среди молодого поколения.

Под предпринимательскими способностями молодые люди понимают умение взаимодействовать с людьми, коммуникативные склонности, организаторские способности, лидерство, предприимчивость, умение идти на риск, креативность, ответственность.

Большинство молодых людей (87%) считают, что получаемое ими высшее образование способствует развитию качеств, необходимых для предпринимательской деятельности, однако 54% опрошенных не считают наличие высшего образования необходимым условием для занятия предпринимательством.

При составлении портрета современного предпринимателя большинство респондентов отметили следующие качества и черты личности российского предпринимателя: лидерские качества, активность (68%); умение договариваться, вести переговоры (56%); трудолюбие, целеустремленность (38%), расчетливость, экономность (27%). Негативные качества получили более низкую оценку. Таким образом, можно сказать, что в целом образ предпринимателя у молодежи носит позитивный характер. Подробные данные распределения результатов представлены в таблице 1.

**Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «По Вашему мнению, какими качествами обладает российский предприниматель, работающий в сфере малого бизнеса?» (несколько вариантов ответа).**

|   | Варианты ответов  | Процентное распределение |
|---|---|--------------------------|
|   | Лидерские качества, активность                          | 68%                      |
|   | Умение договариваться, вести переговоры                 | 56%                      |
|   | Смекалка, изобретательность                             | 24%                      |
|   | Трудолюбие, целеустремленность                          | 38%                      |
|   | Склонность к риску, авантюризм                          | 22%                      |
|   | Умение установить связи с «нужными людьми», дать взятку | 17%                      |
|   | Образованность, профессионализм                         | 23%                      |
|   | Расчетливость, экономность                              | 27%                      |
|   | Нечестность, способность действовать в обход закона     | 19%                      |
| 0 | Честность, порядочность, законопослушность              | 13%                      |
| 1 | Другое  | 4%                       |

Наибольшее число испытуемых считает, что деятельность малого предпринимателя направлена в основном на зарабатывание денег, извлечение прибыли (65%), а так же управление компанией (54%). Ответы «изготовление, выпуск конкретной продукции», «внедрение инноваций, реализация оригинальных идей» не получили широкого распространения. Более подробно результаты опроса отражены в таблице 2.

**Таблица 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «В Вашем понимании, чем занимается малый предприниматель, на что направлена его деятельность?» (несколько вариантов ответа).**

| № | Варианты ответов  | Процентное распределение |
|---|---|--------------------------|
| 1 | Зарабатывание денег, извлечение прибыли                   | 65%                      |
| 2 | Управление компанией, организация какой-либо деятельности | 54%                      |
| 3 | Удовлетворение потребностей потребителя наилучшим образом | 34%                      |
| 4 | Внедрение инноваций, реализация оригинальных идей         | 11%                      |
| 5 | Перепродажа товара по более высокой цене                  | 37%                      |
| 6 | Изготовление, выпуск конкретной продукции                 | 16%                      |
| 7 | Другое  | 3%                       |

Успешность предпринимателя определяется молодыми людьми как высокий уровень профессионализма в своей сфере (74%), материальная обеспеченность (72%), а так же длительное ведение прибыльного бизнеса (45%).

Для достижения успеха в бизнесе современному предпринимателю, по мнению опрошенных, необходимо обладать предпринимательской хваткой, лидерскими качествами (74%), много работать, быть целеустремленным (64%), иметь стартовый капитал (53%). На достижение успеха, по мнению опрошенных, практически не влияет хорошее образование (5%), везучесть (7%) и обширные связи (10%). Можно сделать вывод о том, что в представлении молодых людей, достижение успеха в предпринимательской деятельности в большей мере возможно благодаря внутренним факторам, чем внешним.

Для создания благоприятного образа в обществе малому предпринимателю необходимо выпускать качественную продукцию (71%), платить достойную заработную плату (64%), успешно вести свой бизнес (54%), соблюдать законы (48%). При этом практически остался незамеченным фактор благотворительности. Лишь 9% испытуемых считают важным занятие благотворительной деятельностью для создания позитивного имиджа предпринимателя в обществе.

Основными проблемами развития малого предпринимательства в нашей стране молодые люди видят в недостаточности поддержки со стороны властей и организаций, содействующих развитию малого бизнеса (64%), высокой налоговой нагрузке (53%),

бюрократизме чиновников и отсутствии стартового капитала (38%). Недостаток знаний и опыта, отсутствие амбициозных молодых людей не рассматривается как важная проблема предпринимательства.

Таким образом, можно сказать что, в целом молодые люди благоприятно относятся к предпринимателям. 87% опрошенных считают, что малые предприниматели являются наиболее активной частью общества, они стремятся к изменениям, реализуют новые идеи, ориентированы на качество, пользуются уважением в обществе.

Предпринимательская деятельность играет большое значение в развитии экономики страны, способствует формированию финансового потенциала России. Поэтому так важен вопрос реформирования политической и экономической сферы общества с целью развития частного бизнеса. Важным фактором развития предпринимательства среди молодого поколения является создание благоприятных экономических условий: оптимизация деятельности организаций, направленных на развитие и поддержку предпринимателей, реформация налогообложения, снижения уровня бюрократизма чиновников.

#### Список литературы

1. Витковская О.И. Социально-психологический портрет предпринимателя // Сибирский психологический журнал. – 2005. - № 21. – С. 23-26.
2. Журавлев А.Л., Позняков В.П., Социальная психология российского предпринимательства. – М.: Институт психологии РАН, 2012. – 480 с.
3. История российского предпринимательства: справочно-инфор. пособие для преподавателей и учащихся./ Тюменский гос. нефтегаз. уни-верситет. [Составитель Баикина А.И. и др.]. Тюмень: Изд-во Тюмен. ун-та, 1994. - 48 с.
4. Психология предпринимательской деятельности (развитие российского предпринимательства в нач. 1990-х гг.)/ Под общ. ред. Бодрова В.А., М.: ИП РАН, 1995.- 175 с.
5. Шорохова Е. В. Психологические особенности российского предпринимательства: исторический аспект // Социально-психологи-ческие исследования руководства и предпринимательства. – 1999. - С. 17–43.

#### Рецензенты:

Прыгин Геннадий Самуилович, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии Набережночелнинского института ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».



Ахметов Линар Гимазетдинович, доктор педагогических наук, профессор кафедры теории и методики профессионального образования Елабужского института ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».